

Tüketici Davranışı ve Hukuk

LAW 400 Araştırma Grubu

Araştırma Grubu Sorumlusu: Prof. Dr. Başak Baysal

Araştırma Grubu Konusu ve Kapsamı:

Araştırma grubunda dijital çağda tüketici hukuku kuralları ve uygulamaları dikkate alınarak tüketici davranışlarının hukuku nasıl şekillendirdiği incelenecektir. Tüketicinin korunması ihtiyacının kaynağının araştırılacağı bu grupta özellikle tüketici hukukunun kaygılı topluma bir çare olarak öne çıkıp çıkamayacağı da değerlendirilecektir. Zarara uğrayan kişinin korunmaya değer hukuki menfaati tespit edilirken tüketici hukuku gibi haksız fiil hukuku da gündeme geleceğinden bu iki alanın aralarındaki ilgi de tartışılacaktır. Haksız fiil hukukunun tüketicinin korunmasındaki rolü bu kapsamda ele alınacaktır. Zayıf tarafın korunması ilkesinin günümüzdeki anlamı da tartışılacak, tüketici davranışlarındaki değişimler ışığında ilkenin tekrar ele alınması gereği ortaya konacaktır. Kişinin hukuk tarafından kendisine rağmen korunup korunamayacağı da temel sorunlardan biri olarak ele alınacaktır.

Başvuru Koşulları:

1. LAW201 Borçlar Hukuku I dersini C veya daha yüksek bir notla tamamlamış olmak
2. LAW202 Borçlar Hukuku II dersini C veya daha yüksek bir notla tamamlamış olmak
3. Aşağıda yer alan talimata uygun şekilde en fazla 500 kelimelik bir yazı hazırlayarak sunmak:

Tüketici Hukuku kurallarının ortalama tüketiciyi koruma derecesi hakkında ne düşünüyorsunuz? Bilgi çağının gereklerini de dikkate alarak değerlendiriniz.

Tamamlama ve Değerlendirme Kriterleri:

1. Öğrencilerin çalışma grubu toplantılarının en az %80'ine katılmaları beklenmektedir. Oturumlarda yoklama alınacaktır.
2. Yapay zekâ araçlarının sadece etik kullanımı uygundur. Bunun dışında kullanımların tespit edilmesi hâlinde öğrencinin araştırma grubu ile ilişkisi kesilir.
3. Öğrencilerin çalışma grubu toplantılarına ön hazırlık yaparak gelmeleri ve tartışmalara katılmaları beklenmektedir. Çalışma grubu hem İngilizce hem Türkçe olarak yürütülecektir. Materyaller ağırlıklı olarak İngilizce dilinde verilecektir.
4. Araştırma Projesi: Her öğrenciye bir temel araştırma sorusu verilecektir. Öğrencilerin toplantılarda belirlenecek konulara ilişkin olarak en fazla 10 dakikalık bir sunum gerçekleştirmeleri; bu konuda bilimsel etik ve atıf kurallarına uygun şekilde (dipnotlar hariç olmak üzere) 1500 – 2500 kelimelik bir araştırma yazısı (blog yazısı olarak yayınlanmaya uygun) veya poster hazırlayarak teslim etmeleri gerekmektedir.
5. Araştırma grubu toplantılarında, sorumlu öğretim üyesi tarafından önceden tespit edilen makaleler veya hukuki sorunlar tartışılacaktır. Yöntem tanışma toplantısında sorumlu öğretim üyesi tarafından detaylı olarak anlatılacaktır.

Öngörülen oturum konuları ve önerilen okumalar aşağıda yer almaktadır:

1. Oturum Tüketici Hukuku Tarafları, Unsurları ve Menfaat Çatışmaları	1. Serozan, R./Baysal, B./Sanlı, KC, Serozan Borçlar Hukuku Özel Bölüm, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, s. 61 – 70. 2. Willett, Chris, “Re-Theorising Consumer Law”, The Cambridge Law Journal 77, no. 1, 2018, s. 179–210. 3. Waddington, L. B., Vulnerable and confused: The protection of "vulnerable" consumers under EU law. European Law Review, 38(6), 2013, s. 757-783.
2. Oturum Tüketici Hukuku- Haksız Fiil Hukuku İlişkisi	1. Baysal, B., Haksız Fiil Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2019, s. 282 – 300. 2. Watts, John L., Fairness and Utility in Products Liability: Balancing Individual Rights and Social Welfare, 38 Fla. St. U. L. Rev., 2011, s. 590 – 652.
3. Oturum Kaygılı Toplum ve Tüketici Davranışı İlişkisi-Hukuki Koruma İhtiyacı	1. van Boom, W.H., Price Intransparency, Consumer Decision Making and European Consumer Law. <i>J Consum Policy</i> 34, 2011, 359–376. 2. Ben-Shahar, O., "One-Way Contracts: Consumer Protection Without Law," 6 European Review of Contract Law, 2010, 221.
4. Oturum Dijital Çağda Zayıf Tarafların Korunması İlkesi	1. Riefa, C., Protecting vulnerable consumers in the digital single market. <i>European Business Law Review</i>, 33 (4), 2022, s. 607-634. 2. Durovic, M., Poon, J. Consumer Vulnerability, Digital Fairness, and the European Rules on Unfair Contract Terms: What Can Be Learnt from the Case Law Against TikTok and Meta?. <i>J Consum Policy</i> 46, 419–443 (2023)
5. ve 6. Oturum Genel Değerlendirme ve	